

ACTES DES SECONDES RENCONTRES INTERNATIONALES DE L'INNOVATION SOCIALE



Pôle REALIS (Montpellier) – 27 novembre 2015

Organisées par l'Union Régionale des Scop LR

et co-organisées par la Région Languedoc-Roussillon et le MOUVES



Ce **27 novembre 2015**, Les Secondes Rencontres Internationales de l'Innovation Sociale se sont déroulées au Pôle REALIS de Montpellier. L'Union Régionale des Scop Languedoc-Roussillon et le réseau Alter'Incub ont organisé avec la Région Languedoc-Roussillon et le Mouvement des Entrepreneurs Sociaux, ce temps fort d'échanges autour du **financement de l'innovation sociale**.



Parrainé par **Nicolas Hazard** (Président du Comptoir de l'Innovation, Vice-Président du Groupe SOS et Président de Calso) et animé par **Denis Stokkink** (Président du Think and Do Tank bruxellois, Pour la Solidarité), cet événement a mobilisé **250 personnes** en région et au niveau national. **16 intervenants** de France, Belgique, Allemagne, Grande-Bretagne, Pays-Bas et Espagne ont fait le déplacement pour cette occasion et ont pu témoigner de la diversité des pratiques dans chacun des territoires.

Grâce à la diversité des participants et intervenants, les Secondes Rencontres Internationales de l'Innovation Sociale ont réussi leurs pari : **mettre en exergue les différentes démarches européennes innovantes**, afin d'impulser une réflexion sur ces dispositifs au niveau local et **témoigner de la longueur d'avance de la région Languedoc-Roussillon en matière d'Innovation Sociale** (Alter'Incub, 1^{er} incubateur d'innovation sociale, REALIS, 1^{er} Pôle de l'entrepreneuriat en ESS).

Table des matières

I. PANORAMA DU FINANCEMENT DE L'INNOVATION SOCIALE.....	4
II. LES PRÉSENTATIONS EN PLÉNIÈRE ET ATELIERS	7
PRÉSENTATION DES STRUCTURES INTERNATIONALES PRÉSENTES	7
ATELIER #1 : LE FINANCEMENT PARTICIPATIF, DE NOUVELLES SOURCES DE FINANCEMENT ?	11
ATELIER #2 : FINANCEMENT PRIVÉ, QUELS OUTILS POUR L'INNOVATION SOCIALE ?	14
ATELIER #3 : LES POUVOIRS PUBLICS, UN LEVIER POUR LE FINANCEMENT DE L'INNOVATION SOCIALE ?	16
III. ENJEUX ET PERSPECTIVES DU FINANCEMENT DE L'INNOVATION SOCIALE	19
SIGNATURE OFFICIELLE DU PLAN DE FINANCEMENT DE L'ENTREPRISE SOCIALEMENT INNOVANTE V@SI, BÉNÉFICIAIRE DU 1^{ER} FISO À L'ÉCHELLE NATIONALE	21

I. PANORAMA DU FINANCEMENT DE L'INNOVATION SOCIALE



Conférence animée par **Denis Stokkink**, Président du Think & do Tank POUR LA SOLIDARITE. Avec **Nicolas Hazard**, Président du COMPTOIR DE L'INNOVATION, **Nadine Richez-Battesti**, chercheuse en sciences économiques à l'UNIVERSITE D'AIX-MARSEILLE, **Gunnar Glänzel**, chercheur au CENTRE POUR L'INVESTISSEMENT SOCIAL d'Heidelberg (Allemagne) et **Fiorenza Lipparini**, co-directrice générale de PLUSVALUE (Grande-Bretagne).

En France, l'innovation sociale est un concept qui a su très tôt trouver sa place par rapport à d'autres pays comme en Grande-Bretagne ou aux États-Unis. Cela s'explique en partie par le poids de l'Economie Sociale et Solidaire dans notre pays depuis nombreuses décennies. Cette longue tradition a favorisé l'émergence de l'entrepreneuriat social, ainsi que la conviction partagée par de nombreux acteurs - issus ou non du mouvement de l'ESS - que l'entrepreneuriat social est viable économiquement.

C'est donc **dans les années 1980, que la notion d'innovation sociale apparaît** réellement sur l'agenda politique et économique. Les acteurs de l'époque cherchaient à trouver des réponses aux limites de l'État providence, qui n'était pas –ou plus- capable de répondre aux besoins sociaux. Par conséquent, l'innovation sociale était considérée comme une des solutions possibles et souhaitables.

La crise financière de 2009 a poussé à la réémergence du concept d'innovation sociale. Toutefois, il s'est reconstruit autour de la vision et des valeurs de l'ESS. Aujourd'hui, « l'innovation sociale consiste à élaborer des réponses nouvelles à des besoins sociaux mal ou peu satisfaits, en impliquant la participation et la coopération des acteurs concernés ». Deux approches se distinguent :

- ❖ **L'approche inclusive**, majoritaire en Europe : la finalité est d'inclure toutes les personnes exclues, via leur réinsertion sur le marché du travail.
- ❖ **L'approche tournée vers le changement sociétal** : basée sur une dynamique collaborative et sur les usages des produits et services. Ici, la finalité est d'adapter les

produits, services et usages associés, pour qu'ils répondent davantage aux besoins sociaux actuels.

Dans la même logique, pour **Nadine Richez-Battesti**, deux types d'implémentations semblent se dessiner : au nord, l'innovation sociale se développe largement sous la forme entrepreneuriale ; alors qu'au sud, l'innovation sociale se répand principalement via le secteur de l'ESS.

Concernant le financement, l'équipe de TEPSIE¹, dont fait partie **Gunnar Glänzel**, chercheur au CENTRE POUR L'INVESTISSEMENT SOCIAL d'Heidelberg, a mené une enquête sur plusieurs entreprises et projets socialement innovants, afin de répondre aux questions suivantes : Comment améliorer l'investissement social ? **Comment favoriser le flux de capitaux vers l'innovation sociale ?** Pour répondre à ces questions, l'équipe de chercheurs a mené plus de soixante entretiens et enquêtes. Deux questions ont été posées aux innovateurs sociaux :

1. Quel type de capital les entrepreneurs socialement innovants souhaitent mobiliser ?
2. Quel montant seraient-ils prêts à accepter pour un emprunt ?

La lecture des réponses à la seconde question notamment, conduit vers un début de réflexion à l'égard du financement de l'innovation sociale. En effet, il a été observé que les entrepreneurs d'innovation sociale ne sont pas, à l'heure actuelle, en capacité de sortir du schéma de financement qui leur est habituellement accordé : majoritairement des prêts à taux très faible, voir nul, des avances remboursables ...etc. Sortir de ce schéma et leur proposer un type d'investissement à impact social –et les taux associés, plus élevés qu'à présent- exercerait **une double pression** impossible à assumer : une **pression sociétale** (retour attendu sur l'impact sociétal) et une **pression financière** suivant la logique des marchés (retour sur investissement).

C'est pour cette raison qu'il semble prématuré de mettre en œuvre des outils de financement privés traditionnels, à destination des entrepreneurs socialement innovants. **L'investissement à impact social**, qui suit cette finalité, **ne répond pas à l'heure actuelle, aux besoins** de financement émis par les entrepreneurs et projets d'innovation sociale. Ainsi, il est constaté que malgré la diversité des financements existants, ils ne répondent pas totalement aux besoins exprimés par les entreprises socialement innovantes, elles-mêmes très variées. L'adéquation de l'offre aux besoins n'est donc pas assurée.

¹ En français, « Fondations théoriques, empiriques et politiques pour l'Innovation Sociale ». TEPSIE est un consortium de 6 partenaires européens, ayant élaboré un programme dont le but d'ouvrir la voie aux développements d'outils, de méthodes et de préconisations qui seront intégrés à la stratégie européenne pour l'innovation sociale.

Au niveau européen, l'innovation sociale s'est peu à peu imposée sur l'agenda. C'est pourquoi les **programmes européens se sont penchés sur la problématique de son financement** d'une part en finançant la Recherche autour de cette thématique et d'autre part en finançant plus directement l'entrepreneuriat social ou les entreprises de l'ESS, selon la culture des pays.

A propos de la Recherche, un universitaire de l'Université de Dortmund, a mis en exergue le fait que les politiques européennes finançaient actuellement 17 projets centrés sur l'innovation sociale, pour un montant de 40 millions d'euros. L'accent mis sur l'innovation sociale par l'Union Européenne est donc clairement établi. L'un des principaux programmes est la **Politique de Cohésion**, récemment renouvelée. Cependant, bien que l'innovation sociale soit clairement identifiée au sein des entreprises sociales et des organisations de l'ESS, les fonds européens sont **davantage accordés aux nouvelles initiatives et entreprises qu'aux entreprises existantes**. Ainsi, les universitaires et acteurs de terrain soulignent la complexité de trouver des fonds publics européens pour le changement d'échelle d'entreprises existantes, beaucoup plus risqué financièrement.

Selon **Fiorenza Lipparini**, co-directrice générale de *PLUSVALUE*, les institutions publiques nationales de certains pays s'attachent justement à orienter les fonds vers le changement d'échelle. C'est le cas du Portugal, où le Conseil des Ministres a mis en place une initiative pour l'innovation sociale d'un montant de 150 millions d'euros –issus des fonds structurels européens. Le but est de promouvoir et disséminer des solutions innovantes afin de s'attaquer aux problèmes sociaux, spécialement via la modernisation de la sécurité sociale, de l'éducation et du système de développement régional.

Nous pouvons faire une classification schématique des institutions publiques encourageant le développement de la finance sociale (Grande-Bretagne, Portugal et institutions européennes par exemple), de ceux qui ne le font pas (Italie, France, Espagne...etc.). **Fiorenza Lipparini** met l'accent sur le fait que l'enjeu pour le bien-être futur des citoyens et pour la compétitivité de l'Europe, est d'**aligner les intérêts publics et privés pour la création de biens communs**, dans les secteurs des services sociaux, de l'énergie, de l'éducation...etc.

Le véritable défi pour développer le financement de l'innovation sociale est de surmonter les barrières culturelles et contextuelles, afin de **rendre possible la collaboration entre les différents secteurs** pour la recherche du bien commun. Dans ce sens, coordonner et orienter **une approche multi parties-prenantes** pour le financement de l'innovation sociale, **tout en mettant en avant les modèles de gouvernances justes**, est l'enjeu futur majeur pour l'agenda politique.

II. LES PRÉSENTATIONS EN PLÉNIÈRE ET ATELIERS

PRÉSENTATION DES STRUCTURES INTERNATIONALES PRÉSENTES

MUD JEANS (Pays-Bas)

Avec Bert Van Son, fondateur

Bert Van Son, fondateur de *MUD JEANS*, a plus de 30 ans d'expérience dans l'industrie textile. De cette expérience, il s'est forgé de nombreuses convictions vis-à-vis du mode de fonctionnement et de l'éthique de ce secteur ; **l'industrie textile est trop polluante, gaspille et produit trop de déchets inutiles.**



Le but de l'entreprise *MUD JEANS* est de remédier à cela, par son modèle économique « **Lease a Jean** » (louez un jean) : l'idée est de permettre au consommateur de louer un jean pour un an et de renouveler le contrat, acheter ou renvoyer le jean à l'entreprise une fois qu'il n'en a plus l'usage. De même, le consommateur peut acheter le jean et s'engager à le renvoyer une fois qu'il ne le porte plus ou qu'il est inutilisable. En corollaire de ce modèle, un ensemble de service de réparation a été mis en place, afin **d'augmenter la longévité du produit**. Ainsi *MUD JEANS* produit des vêtements tendances et durables, suivant les principes de l'économie circulaire.

Pour se financer, **Bert Van Son** a entre autre mené **deux campagnes de crowdfunding**, sur deux plateformes différentes en termes d'épargnants et de projets financés : One Planet Crowd et KickStarter.

GOTEO (Espagne)

Avec **Enric Senabre**, co-fondateur

GOTEO est une plateforme de crowdfunding espagnole à but non lucratif et en open data (données numériques publiques, accessibles par tous). Quatre ans de Recherche ont été nécessaires avant de lancer la plateforme. **Les fondateurs considèrent le crowdfunding comme un mouvement collectif de fond**, où le financier n'est qu'un aspect d'un service plus large et dont le but est de trouver les réponses adéquates aux besoins des entrepreneurs.



Selon **Enric Senabre**, le crowdfunding permet de mener un **test grandeur nature de la fiabilité du produit**. L'intérêt des gens pour le crowdfunding (entrepreneurs et épargnants) va au-delà



de cet unique aspect financier. Le crowdfunding a un apport supplémentaire, qui relève de l'humain, que ce soit de l'accompagnement de compétences ou du prêt de matériel.

GOTEO suit des principes clairs afin d'assurer son bon fonctionnement :

- ❖ Un site en open data (où toutes les données sont accessibles à tous)
- ❖ Un management horizontal (assurant une communication optimale au sein des équipes et une égalité des opinions)
- ❖ Une transparence maximale (avec la publication des comptes et résultats)

Le développement de *GOTEO* a permis à l'entreprise de diminuer sa commission par deux, passant de 8 à 4%. De plus, l'entreprise souhaite **étendre son impact et disséminer son modèle** via la publication de tous les supports, rapport d'activités et de bonnes pratiques. Enfin, la plateforme tient particulièrement à avoir tous les retours d'expériences (entrepreneurs et épargnants), afin d'améliorer leurs services.

SHIP2BE (Espagne)
Avec Miquel Mascort Reig,
Fondateur et CEO de THINGS2HELP

THINGS2HELP est une entreprise sociale qui **agit en faveur de la lutte contre la pauvreté**. Cette plateforme web permet à tout le monde de vendre ses objets et **utilise une partie de ses bénéfices pour le financement de causes sociales**, principalement pour lutter contre la pauvreté. L'entreprise s'est également associée à de nombreux acteurs du secteur marchand, afin qu'ils accompagnent les projets financés.



Miquel Mascort Reig, fondateur de *THINGS2HELP*, a bénéficié de l'accompagnement de *SHIP2BE*, le programme d'accélérateur à Barcelone, qui l'a aidé dans sa recherche de financement. *SHIP2BE* a pour but de **développer le potentiel des entreprises et investissements à fort impact social**. Le programme peut se décliner en 3 phases :

- ❖ B-challenge, centré sur l'innovation
- ❖ B-ready, qui vise à accélérer le développement de l'entreprise
- ❖ B-invest, qui cherche à trouver les financements adéquats

Tout au long de ces 3 phases, **les financeurs de la fondation SHIP2BE suivent l'avancement des projets**. La communauté d'investisseurs de *SHIP2BE*, regroupe un large panel (454 membres), avec un groupe membre, plus restreint de 54 entreprises et individuels payants une cotisation ; ils forment les « B-funders ». Enfin *SHIP2BE* a un fond propre, doté de 1,5 millions d'euros. Tout au long du processus, de nombreux partenariats avec des dirigeants d'entreprises et experts permettent un suivi rigoureux et total des projets ayant intégré le programme d'accélération.

Présentation de la RSE stratégique et des partenariats publics-privés-associatifs

**Avec Fiorenza Lipparini,
 Co-directrice générale de PLUSVALUE (Grande-Bretagne)**



PLUSVALUE est un cabinet de recherche et de conseil londonien, centré sur les **partenariats publics-privés-associatifs** et la concordance de leurs intérêts, **en faveur du bien commun**. **Fiorenza Lipparini** est ainsi venue présenter ce type de partenariats, comme moyen de financement de l'innovation sociale, ainsi que **les politiques de responsabilité sociétale des entreprises (RSE)** mises en place par de nombreuses grandes entreprises (Barclay, Telefonica...etc.). Le but pour ces entreprises est d'acquérir des produits et services innovants, qu'elles ne pourraient développer par elles-mêmes (à causes des facteurs coûts et temps). Ainsi, la politique de RSE mise en place par Barclay met l'innovation sociale au cœur de sa démarche : l'entreprise a mis en place un programme pour que ses employés (intrapreneuriat) développent leurs projets d'innovation sociale via leur accélérateur « Barclay's Social Innovation Facility ». Telefonica, en Italie, a également mis en place un programme d'accélération des entreprises socialement innovantes.

Concernant les partenariats publics-privés-associatifs, **un exemple italien, la fondation San Patrignano, montre les bénéfices que peuvent engendrer ce type de partenariats**. Cette fondation œuvre en faveur de l'intégration et de la réhabilitation des personnes dépendantes aux drogues, via un centre d'hébergement (incluant les familles) et un programme de formation totalement gratuit. Grâce à un partenariat avec la banque Esperia, le fond San Patrignano a été créé et est géré par la banque. La banque Esperia, charge des frais de gestion à hauteur de 1% de la valeur des actifs -frais plus faibles que dans beaucoup d'autres fonds italiens, augmentant ainsi l'attractivité du fond San Patrignano pour les investisseurs- et dont 0.5% sont directement réinjectés pour financer la fondation San Patrignano.

Présentation des « Social Impact Bond » (obligation boursière à impact social)

**Instrument mis en place par le gouvernement britannique
 Avec Peter Ramsden, fondateur de FREISS LTD (Grande-Bretagne)**



Les Social Impact Bonds (SIB) sont un outil financier, mis en place par le gouvernement de Grande-Bretagne afin de financer l'innovation sociale. Dans un contexte de crise, un intérêt nouveau s'est développé pour trouver des modèles financiers innovants. Selon *Investopaedia*, les SIB sont « un contrat avec le secteur public, selon lequel **les autorités payent des investisseurs privés pour de meilleurs résultats dans**

un service public donné, via la redistribution d'une partie des économies réalisées ». Ce type d'investissement a été mis en place dans **onze pays différents** : Australie, Belgique, Canada, Allemagne, Ireland, Pays-Bas, Corée du Sud, Suisse, Portugal, Grande-Bretagne et États-Unis. **Les SIB peuvent toucher des secteurs variés**, tels que l'emploi des jeunes, l'insertion des migrants, la vieillesse, le récidivisme, les sans-abris...etc.

Un exemple réussi est le programme « Street Impact » de l'organisme *St Mungo's Broadway*. C'est une organisation robuste, forte de 1 700 employés et reconnue. Elle a mis un place un programme à destination des sans-abris, dans le but de stabiliser leur situation et de favoriser leur réintégration. Les critères pour bénéficier du programme sont les suivants :

- ❖ Avoir dormi dans la rue au moins une fois ces trois derniers mois
- ❖ Et avoir dormi dans la rue six fois ces deux dernières années

Financé par les SIB, ce programme a obtenu les résultats suivants :

- ❖ Diminution de 25% des périodes dormies dans la rue
- ❖ 40% des sans-abris ont trouvé un logement stable et durable
- ❖ L'employabilité a augmenté de 5%
- ❖ La gestion de leur santé s'est améliorée pour 5% d'entre eux

A propos des SIB, l'innovation se trouve dans les aspects suivants :

- ❖ Les SIB en elles-mêmes ne spécifient pas de modèle d'intervention
- ❖ Procédé connu, mais appliqué pour la première fois à cette échelle
- ❖ Au-delà d'un moyen de financement, les SIB sont un outil beaucoup plus large intégrant l'accompagnement, l'évaluation des projets, leur coordination et l'intégration de services
- ❖ Les coachs ont un rôle accru, instaurant une relation de confiance entre les acteurs pour atteindre des objectifs communs

La méthode d'évaluation diffère également, **opérant tout au long du programme** plutôt qu'*ex-post* et menée par des évaluateurs externes. De plus, une attention particulière est apportée à la **caractérisation des résultats et des indicateurs d'évaluation**.

Les SIB sont donc considérées comme une solution attractive en période de crise de l'État providence **mais controversée**. Elles intègrent un **argument solide en faveur de l'expérimentation et de l'innovation face à l'échec des politiques publiques** et à leurs faibles performances. Mais c'est un modèle de niche, couteux à mettre en place et à priori uniquement viable pour les grandes entreprises sociales

V@SI

Avec Aline Herbinet, co-fondatrice

V@SI est une jeune entreprise universitaire et innovante de 15 employés en CDI, qui vient de fêter ses trois ans d'existence. Elle est accompagnée par le pôle Réalis, pépinière d'entreprises de



l'Économie Sociale et Solidaire et par Transferts LR, agence régionale de l'innovation en Languedoc-Roussillon. C'est une entreprise qui entretient **un fort un lien avec la Recherche**.



V@SI vise à améliorer la santé, la qualité de vie et le lien social des personnes souffrant de sclérose en plaque et de leurs aidants. Grâce à leur plateforme web SAPATIC, les éducateurs diplômés d'État peuvent dispenser des Activités

Physiques Adaptées (APA) en visioconférence. Leurs clients sont principalement des mutuelles et hôpitaux. **L'entreprise vient de réussir un tour de table de financement à hauteur de 400 000 euros**, réunissant France Active, le Comptoir de l'Innovation Investissement et le Fond d'Innovation Sociale-Languedoc-Roussillon (FISO). Elle est la **première entreprise en France à bénéficier du FISO**, pour un montant de 100 000 euros, qui sera utilisé pour élaborer des propositions de valeur d'évaluation afin de prouver le coût/efficacité du programme.

ATELIER #1 : LE FINANCEMENT PARTICIPATIF, DE NOUVELLES SOURCES DE FINANCEMENT ?



Avec **Bert Van Son**, fondateur de MUD JEANS (Pays-bas), **Eric Senabre Hidalgo**, co-fondateur de GOTEQ (Espagne), **Laetitia Léonard**, directrice de l'AIRDIE, **Michel Kaluszynski**, directeur délégué général de WISEED et **Muriel Decout**, membre du comité de direction d'ETHIQUABLE. Atelier animé par **Vincent De Coninck**, du réseau européen BENISI. La restitution de cet atelier a été réalisée par **Alenka Doulain**, de ENERCOOP et **Thomas Guerin**, responsable innovation sociale pour l'ARII en partenariat avec la CRESS PACA

A l'heure de l'essor du crowdfunding, nous voyons que **ce type de financement répond bel et bien à un réel besoin** de la part des entrepreneurs de l'innovation sociale. Il existe une **variété de produits du crowdfunding**, que l'on peut regrouper en deux familles :

- ❖ Les plateformes de don et de don contre don (ce dernier implique de fournir une « contrepartie », fixée au préalable, en fonction du montant du don. Cela peut prendre la forme de précommandes du futur produit.)
- ❖ Les plateformes de prêt ou d'apport en capital

Ces types de crowdfunding répondent à des besoins différents et **demandent donc une implication spécifique**, en termes de mobilisation de l'entreprise et de durée d'accompagnement. Chaque plateforme propose généralement un type de crowdfunding ; l'étude préalable des différentes offres est essentielle afin de choisir celle qui correspond aux besoins, mais aussi au secteur d'activité, au type d'épargnants visé, ainsi qu'à l'échelle du projet (démarrage ou changement d'échelle). C'est le cas par exemple **pour les sociétés coopératives, où des outils spécifiques ont dû être pensés** pour ces statuts. La plateforme *WISEED* est précurseur dans le domaine et a ainsi récemment pu mettre en place une offre de campagne de crowdfunding à destination des coopératives. C'est la Scop *ETHIQUABLE* qui est la première à pouvoir en jouir. Opérant dans le domaine du commerce équitable, cette entreprise a un fort besoin en fond de roulement, qu'elle a pu combler entre autre, grâce à une campagne de crowdfunding, via émissions de titres ne donnant pas accès au droit de vote.

Une fois le type de crowdfunding identifié, **les campagnes permettent de faire un test grandeur nature** du produit/service, comme nous le rappelle **Enric Senabre** de *GOTEO*, donc de tester l'attrait des consommateurs. Cela peut également permettre de renouveler la communication et/ou de repositionner son offre. Ainsi, il considère le crowdfunding comme un mouvement de fond, où le **financier ne représente qu'un aspect d'un service plus large** : mobilisation des compétences du premier cercle d'acheteur (comme le fait *GOTEO*), communication, visibilité ...etc. C'est précisément ce qui a été constaté par **Bert Van Son** de *MUD JEANS*. Sa première campagne de type don contre don a été conduite sur One Planet Crowd en 2013. One Planet Crowd est une plateforme spécifiquement tournée vers le financement de projets durables. Cette première **campagne a été un franc succès** avec plus de 51 000 euros récoltés, alors que l'objectif était de 45 000 euros et a permis de lancer une première production de 500 pièces. La seconde a été menée en 2014, toujours de type don contre don, sur KickStarter, une plateforme dédiée aux projets créatifs. L'objectif était de récolter 30 000 euros et seulement 12 613 euros ont été donnés ; il n'a donc pas été atteint. De ces deux expériences, **Bert Van Son a tiré ses conclusions** ; il met en avant notamment **la préparation et la place du marketing comme éléments essentiels** du succès d'une campagne. Une troisième campagne de financement par crowdfunding sera très prochainement lancée par *MUD JEANS*.

En parallèle, **cet outil financier présente des contraintes propres**. La première concerne **la clarté de l'offre** existante de plateformes. Il existe une multitude de plateformes, chacune d'entre elles répondant à des besoins spécifiques, parfois par secteur d'activité. Afin d'améliorer la visibilité des plateformes, l'*AIRDIE* mène des veilles et peut guider les

entrepreneurs dans leur choix. De plus, l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) a mis en place un guide² du crowdfunding, afin d'aider les porteurs de projets à choisir.

Autre contrainte, **l'impératif de transparence et même de vulgarisation** puisque selon le type de crowdfunding, l'entrepreneur devra expliquer son projet et son plan de financement à des investisseurs plus ou moins aguerris. Ce souci de transparence s'applique aussi bien en amont, qu'en aval de la campagne : l'utilisation des fonds, ainsi que les retombées du projet doivent être publiées ; cet aspect est même parfois contractuel.

Enfin, **il ne faut pas minimiser le coût humain pour l'entreprise** d'une campagne de crowdfunding. En raison de la nécessité continue de mobiliser ses premiers, deuxièmes et même troisièmes cercles, du besoin d'adaptation, de qualification du projet ...etc., le crowdfunding demande des investissements humains conséquents. Ici, le rôle de l'accompagnateur est primordial, car il anime le réseau, aide à qualifier le projet et gère l'aspect collectif. Il faut également réussir à créer du lien avec les épargnants. **Bert Van Son**, de *MUD JEANS*, nous dit que les épargnants sont en recherche de projets communs et **explique l'échec de sa seconde campagne par le fait qu'il n'a su identifier la plateforme répondant à ses besoins et donc n'a pas bien défini sa cible d'épargnants au préalable.**

C'est pourquoi, il est obligatoire en amont d'évaluer le ratio gains (financiers, marketing, compétences...etc.) / coûts (humain spécifiquement). Beaucoup d'entreprises sous-estiment cet aspect, provoquant ainsi l'échec de leur campagne ; non pas par manque d'attrait de la part des consommateurs, mais bien par manque de communication et de mobilisation autour du projet. Il faut également retenir que **le crowdfunding est complémentaire des autres types de financement** (privés, publics) et qu'il doit intervenir à un moment précis afin d'avoir l'effet escompté (« test grandeur nature »).

Quelques pistes d'évolution sont à étudier afin de rendre cet outil encore plus accessible :

- ❖ Une visibilité accrue des plateformes et des offres de crowdfunding (labellisation, groupement...etc)
- ❖ Une étude sur la complémentarité des financements (à quel moment tel financement fait effet de levier ? Pour quel(s) produit(s), secteur(s) cela correspond le mieux ?...etc.)
- ❖ Une étude approfondie sur les épargnants car il y en a une grande diversité et eux aussi ont du mal à choisir la plateforme qui répond à leurs attentes.

² [Guide du crowdfunding](#)

ATELIER #2 : FINANCEMENT PRIVÉ, QUELS OUTILS POUR L'INNOVATION SOCIALE ?



Avec **Fiorenza Lipparini**, co-directrice générale de PLUSVALUE (Grande-Bretagne), **Miquel Mascort Reig**, fondateur de THINGS2HELP (Espagne), **Louis Lippi**, président régional de la fondation MACIF et **Nicolas Hazard**, président du COMPTOIR DE L'INNOVATION. Atelier animé par **Farbod Khansari**, responsable de programme à l'AVISE. La restitution de cet atelier a été réalisée par **Gisèle Crousier**, de GMC EXPERT et **Laurent Rodrigues**, directeur de CLEANING BIO 34

Le secteur privé finance l'innovation sociale sous différentes formes : subventions, dons, prêts, prise de participation en capital, prêts participatifs... Dans tous les cas, **le financement se combine avec un accompagnement** via des conseils, formations, suivi financier, caractérisation du modèle économique ... Toutes les structures du financement privé (fondations, fonds d'investissement, business angels...) établissent des critères de sélection des projets. **Les principaux critères sont** les suivants :

- ❖ Être innovant socialement
- ❖ Avoir un plan d'affaires (études de marchés, clients...)
- ❖ Avoir des partenaires
- ❖ Être accompagné par une structure
- ❖ Avoir un projet durable et viable économiquement

Concernant le *COMPTOIR DE L'INNOVATION*, ce fond d'investissement de 40 millions d'euros intervient au moment du développement de l'entreprise, de son changement d'échelle. Les modalités de financement sont les suivantes :

- ❖ Prise de participation en capital (fonds propres, quasi fonds propres)
- ❖ Toujours minoritaire
- ❖ Les montants investis par entreprise se situent entre 300 000 euros et 2 millions d'euros

- ❖ La durée de l'investissement varie entre 5 et 7 ans

Pour être sélectionné, **un projet est évalué au regard de 600 critères** (dont la moitié sont non financiers) ayant **pour but de mesurer sa viabilité économique** -sa capacité à créer de la richesse à court, moyen et long termes- **et de mesurer l'impact social attendu**. Ceux-ci ne sont pas tous accessibles, mais il y a des priorités par secteurs d'activités, par régions ... Ils sont adaptables en fonction des situations et besoins. Ces critères sont analysés au sein de deux comités : le comité mesurant l'impact social et le comité d'engagement. Depuis sa création en 2009, le *COMPTOIR DE L'INNOVATION* a financé 25 projets dont *ETHIQUABLE*, *l'UCPA Le Relais*.

La fondation *MACIF* existe depuis 20 ans et son soutien représente aujourd'hui près de 30 millions d'euros. La fondation *MACIF* s'est positionnée sur les projets d'innovation sociale depuis 2007. **Les subventions accordées** par la fondation *MACIF* touchent tous les secteurs (mobilité, habitat, solidarité ...) et **ont pour objectif la pérennisation des projets**. Par projet, le montant varie entre 3 000 et 35 000 euros, avec une moyenne qui se situe autour de 15 000 euros. Pour la région Languedoc-Roussillon, l'enveloppe annuelle est de l'ordre de 160 000 euros. Au-delà du financement, la fondation *MACIF* accompagne également les projets, afin de maximiser leurs chances de survie. Pour être financé par la fondation *MACIF*, il faut bien entendu rentrer dans les cases de l'appel à projet, être innovant socialement, pouvoir répliquer le projet ou encore avoir des partenariats.

THINGS2HELP est une plateforme de vente d'objets de particulier à particulier, qui **redistribue une partie de ses bénéfices pour financer des causes sociales**. Cette entreprise a bénéficié du **programme d'accompagnement de SHIP2BE, notamment sous forme de formation et de financement**. *SHIP2BE* permet aux entreprises qu'elle accompagne de se faire financer par des **business angels**. Ainsi, ces financeurs peuvent investir dans un projet intégrant une dimension sociale forte, couplée à des avantages fiscaux. *SHIP2BE* permet donc d'activer un réseau de financeurs individuels privés, qui cherchent à ajouter du sens dans leurs investissements. **Les entrepreneurs sont également accompagnés tout au long du processus**.

PLUSVALUE, société de conseils pour les partenariats publics-privés-associatifs, à pour but de booster les initiatives socialement innovantes. A titre d'exemple, **Fiorenza Lipparini**, co-directrice générale, a pu faire des recherches sur deux jeunes entrepreneurs souhaitant trouver des solutions aux problèmes des déchets en Italie. Grâce à une innovation technologique, une proposition coûtant 12 millions d'euros a pu être avancée. Pour se financer, une institution financière a mis en place des obligations –sous le même principe que les Social Impact Bond à l'anglaise- réduisant ainsi les risques pour les investisseurs. **Cela permettait à cette institution de valoriser son image** en soutenant un projet de service

public, **tout en minimisant les risques** pris grâce aux SIB. **Ce projet est un bon exemple de partenariat privé-associatif pour financer des services sociaux par le privé.**

Au regard des expériences relatées ici, il ressort que **la plupart des moyens financiers** mis à disposition de l'innovation sociale **combinent financements publics et privés**. Beaucoup d'**institutions privées financent principalement le changement d'échelle** des entreprises socialement innovantes ; alors que les fonds européens se concentrent sur les nouvelles initiatives et start-up, pour des montants moins élevés et donc avec moins de prise de risques.

ATELIER #3 : LES POUVOIRS PUBLICS, UN LEVIER POUR LE FINANCEMENT DE L'INNOVATION SOCIALE ?



Avec **Aline Herbinet**, co-fondatrice de l'entreprise V@SI, **Peter Ramsden**, directeur général de FREISS LTD, **Dominique Picard**, directrice de projet au département économie et cohésion sociale à la CAISSE DES DEPÔTS ET CONSIGNATIONS, **Laure Lenzotti**, responsable du fond d'amorçage de CREALIA et **Nicolas Merle**, délégué innovation à BPI FRANCE. Atelier animé par Emmanuel **Salih-Alj**, responsable outils financiers à la Région Languedoc-Roussillon. La restitution de cet atelier a été réalisée par **Anne Portal**, conseillère technologique à Transferts LR et **Emilie Masselot**, chargée de mission innovation sociale à l'URSCOP MP (Catalis)

Le développement des dispositifs d'accompagnement de l'innovation sociale, comme ici en Languedoc-Roussillon avec Alter'Incub et le pôle Réalis, **a permis de faire remonter les besoins de financement** de ces entreprises. Jusqu'ici, aucun outil de financement n'était dédié aux entreprises socialement innovantes. Un changement s'opère, avec notamment **la création du Fond d'Innovation Sociale (FISO)**, pour lequel la Région Languedoc-Roussillon est l'une des régions d'expérimentation. **Les besoins de financements des entreprises d'innovation sociale sont finalement très similaires à ceux des entreprises d'innovation technologique** et s'appliquent à toutes les phases de développement des projets : amorçage, recherche et développement, changement d'échelle.

C'est pourquoi, nous constatons une **évolution des financements de l'innovation traditionnelle vers l'innovation sociale** : les outils existants s'ouvrent à l'innovation sociale. C'est le cas du fonds d'amorçage *CREALIA*, qui depuis 2010, soit cinq ans après sa création, a décidé de financer des entreprises innovantes socialement. Ce fonds, abondé par des fonds publics, a pour particularité d'accorder des prêts d'honneur à titre personnel, pour renforcer

les fonds propres de l'entreprise. L'ouverture à l'innovation sociale a permis aux entreprises de ce secteur de trouver un interlocuteur pour les prêts d'amorçage, précisément là où les banques ne prêtent pas. Comme dans beaucoup d'organisations traditionnellement tournées vers l'innovation d'usage ou technologique, **l'ouverture à l'innovation sociale a nécessité pour CREALIA de se former en interne.**

Nous notons donc le rôle essentiel des structures d'accompagnement dans le processus de remontée d'informations. Elles doivent être intégrées dans la construction des outils de financement afin qu'ils répondent de manière effective aux besoins de terrain.

Le **rôle des pouvoirs publics** s'observent ici sur deux axes principaux :

- ❖ Ils **abondent les outils de financement** portés par les structures locales (Bpi France, Créalia, Caisse des Dépôts et Consignations...)
- ❖ Ils **encouragent les financeurs d'innovations classiques à s'ouvrir à l'innovation sociale** et peuvent faire effet levier afin de mobiliser des financements privés

Les structures abondées par les fonds publics, interviennent à différents stades du développement de l'entreprise. Ainsi, la *CAISSE DES DEPÔTS ET CONSIGNATIONS* (CDC) agit en faveur des entreprises via deux canaux :

- ❖ Les têtes de réseaux au niveau national (BGE, ADIE, France Active...)
- ❖ Aux côtés des collectivités locales au niveau régional

A l'idée britannique selon laquelle les autorités françaises financent l'innovation sociale sous forme de subvention, la *CDC* prouve que d'autres formes de financement existent : la *CDC* intervient ainsi dans la phase de changement d'échelle des entreprises socialement innovantes. Cette structure, tout comme le FISO ou le fond d'amorçage *CREALIA*, opèrent sous forme d'investissement (prêt d'amorçage, avance remboursable...etc) et aucune subvention n'est accordée en tant que tel.

Autre acteur incontournable du financement de l'innovation sociale : *BPI FRANCE*. En créant le Fonds d'Innovation Sociale (FISO), nous avons un autre exemple de l'ouverture des outils traditionnels à l'innovation sociale, prouvant une nouvelle fois l'attractivité de cette innovation comme réponse à un besoin sociétal fort. Fortement ancrée dans le champ de l'entrepreneuriat, *BPI FRANCE* a néanmoins également du se former en interne à l'innovation sociale et continue de le faire. **Le FISO agit en cofinancement**, associé à des

financements bancaires ou à une augmentation en fonds propres. Les fonds du FISO ont **pour but d’accompagner la phase de Recherche & Développement** de l’innovation, de tester la viabilité du projet, impliquant une prise de risques et une qualification de ces risques. *BPI FRANCE* prend en compte la réussite ou l’échec du projet ; en cas d’échec, le

montant à rembourser sera réadapté. Toujours en phase d’expérimentation, **le FISO a accordé aujourd’hui son premier financement au niveau national à l’entreprise V@SI.**

V@SI est une Jeune Entreprise Universitaire (JEU) de trois ans d’existence. C’est la première année que ses dirigeants ont décidé de solliciter des outils de financement ; auparavant, l’entreprise fonctionnait uniquement par commande. **Aline Herbinet**, co-fondatrice, souligne le **rôle moteur des structures qui l’accompagnent** depuis un an : le pôle Réalis, pépinière régionale des entreprises de l’ESS et Transferts LR, agence régionale de l’innovation en Languedoc-Roussillon. **Aline Herbinet** nous détaille son tour de table pour trouver des financements et explique avoir fait appel à France Active et au *COMPTOIR DE L’INNOVATION INVESTISSEMENT* afin d’augmenter ses fonds propres et de pouvoir solliciter par la suite le FISO. *V@SI* a également pu bénéficier du crédit impôt recherche et d’allègements fiscaux grâce à son statut de jeune entreprise universitaire. Enfin, il est important de noter que faire appel aux fonds européens demandent plus d’exigences, avec encore davantage de fonds propres. Tous ces dossiers pour **obtenir des financements publics** –français ou européens– sont **très complexes, mais formateurs et incontournables** pour favoriser les partenariats.

Les autorités britanniques ont décidé de suivre une logique différente. **Les Social Impact Bond sont un dispositif qui permet à un service public de déléguer la prestation à un opérateur qui sera payé en fonction des résultats obtenu.** Comme nous l’explique **Peter Ramsden**, directeur général de *FREISS LTD*, l’action des opérateurs de l’innovation sociale est donc basée sur l’obligation de résultats, à l’inverse d’une logique française reposant sur une obligation de moyens. Plus particulièrement, les structures financées par les pouvoirs publics français doivent mettre en place tous les moyens nécessaires afin que les actions financées soient un succès.

En Grande-Bretagne, il y a une **volonté de partager les risques entre financeurs publics et structures financées.** Ainsi, les structures ne recevront la totalité du financement public que si l’action atteint les objectifs fixés initialement.

Pour développer cet écosystème en France, certaines carences existent ; carences qui ne sont pas comblées à l’heure actuelle :

- ❖ Amélioration des marchés publics au niveau local, ouverture aux organismes à but non lucratif de l’innovation sociale

- ❖ Crédits d'impôts pour les investisseurs prenant des risques pour financer l'innovation sociale
- ❖ Banque d'investissement social utilisant les « fonds dormants » (épargne non utilisée) ; c'est ce qui a financé les premiers SIB en Grande-Bretagne
- ❖ Évaluation et transparence, comparer le coût de la prestation de services entre secteur privé et public

Ainsi, **Peter Ramsden** émet l'idée que **la France devrait s'ouvrir aux marchés** pour financer les services publics liés à l'innovation sociale, tout en étant consciente du risque que cela comporte. Actuellement, avec la période de crise que nous traversons depuis quelques années, le service fourni par le secteur public est trop inefficace et le contexte actuel de lourd déficit pèse sur les services publics.

En conclusion, il semble que **l'accès aux marchés publics est encore trop strict** pour permettre aux structures socialement innovantes d'y participer. Une modification du code des marchés publics est une piste intéressante pour développer l'appui des pouvoirs publics vers ce secteur.

III. ENJEUX ET PERSPECTIVES DU FINANCEMENT DE L'INNOVATION SOCIALE

Il ressort donc de ces ateliers que **les entreprises socialement innovantes doivent combiner les financements privés et publics et éventuellement les financements participatifs** en fonction de leurs moyens et capacités à suivre une campagne de crowdfunding, **pour se financer**. C'est le cas de l'entreprise *V@SI* qui a fait appel à différents acteurs, privés et publics, du financement de l'innovation sociale.

De même, **la stratégie financière** des entreprises et structures d'innovation sociale **doit prendre en compte les effets de levier propres à chaque type de financement**. A ce propos, des recherches sont encore à produire afin de mieux identifier les phases et clarifier la temporalité des outils financiers adéquats pour financer leurs actions. En effet, le secteur privé semble plus frileux à financer une phase d'amorçage, où la pérennité du concept n'est pas assurée à 100% ; c'est donc précisément sur cette phase que les pouvoirs publics peuvent et doivent intervenir afin de favoriser la création effective de ces initiatives.

L'approche britannique du financement à impact social (SIB) qui implique que le service public s'appuie sur des entreprises privées pour répondre à des problématiques de société telles que la réinsertion, le chômage des jeunes..., **semble à ce jour difficilement applicable sur notre territoire, notamment pour des raisons culturelles et politiques**. Les pouvoirs publics ne souhaitent pas pour le moment suivre cette logique du paiement au résultat qui pourrait être perçue comme un renoncement de sa prise en charge des problèmes sociaux. Il

n'existe donc pas aujourd'hui d'écosystème favorable à un tel développement (nécessité de mettre en place au préalable un cadre législatif qui encadre la redistribution de la valeur créée). Les pouvoirs publics français ont ainsi fait le choix, dans le cadre de la loi ESS de juillet 2014, de **créer des outils spécifiques pour le financement de l'innovation sociale (FISO de Bpifrance)**.

En conclusion, **si le financement de l'innovation sociale est encore appelé à se structurer et à évoluer pour répondre au mieux aux besoins des entreprises à chaque stade de leur vie**, l'entrepreneuriat social est quant à lui devenu incontournable à l'échelle européenne et son intérêt pour répondre à des problématiques sociales n'est plus à démontrer.

La Présidence Luxembourgeoise de l'Union Européenne a ainsi réaffirmé l'importance de l'entrepreneuriat social comme « pilier » pour sortir de la crise et la Présidence slovaque annonce sa volonté de poursuivre cette logique en encourageant l'économie sociale et solidaire et plus particulièrement l'entrepreneuriat social.

De nombreux rendez-vous européens ont été inscrits à l'agenda, réunissant acteurs de la société civile, acteurs économiques et politiques, comme la conférence « Boosting Social Enterprises in Europe » (« booster les entreprises sociales en Europe »), qui aura lieu les 3 et 4 décembre à Bruxelles.



**Merci à toutes et à tous de votre contribution
au succès de cette manifestation !**

SIGNATURE OFFICIELLE DU PLAN DE FINANCEMENT DE L'ENTREPRISE SOCIALEMENT INNOVANTE V@SI, BÉNÉFICIAIRE DU 1^{ER} FISO À L'ÉCHELLE NATIONALE



A l'occasion de ces Rencontres, nous avons eu le plaisir d'assister à une autre « Première » : la **signature officielle** du plan de financement de l'entreprise socialement innovante **V@SI**, **bénéficiaire du 1^{ER} FISO (Fonds d'Innovation Sociale) à l'échelle nationale**, sous forme d'une avance récupérable de 100.000€, pour développer un programme d'Activités Physiques Adaptées (APA) auprès d'un public atteint de sclérose en plaques.

L'entreprise, accompagnée par REALIS, le pôle de l'entrepreneuriat de l'ESS, membre de Synersud, vient de bénéficier d'un joli tour de table de 400.000€ grâce à l'intérêt suscité auprès de :

- BPI FRANCE, représentée par sa directrice régionale, Nadine Faedo
- France Active, représentée par la directrice de l'ARDIE, Laetitia Leonard
- Le Comptoir de l'Innovation Investissement, représenté par son Président, Nicolas Hazard
- La Région Languedoc-Roussillon, représentée par sa Vice-Présidente aux transports, Marie Meunier